SYNTHESE DU RAPPORT RELATIF A LA PREMIERE PHASE

IDENTIFICATION DE LA PROBLEMATIQUE

Ce rapport traite des points suivants :

1. Terminologie et notions techniques pour présenter le phénomène de l'habitat à risques,
2. Les différentes pratiques expérimentées au Maroc,
3. Relevé des différentes difficultés qui entravent le processus de réparation.

PRESENTATION DU PHENOMENE DE L'HABITAT A RISQUES :

A- La notion d'habitat à risques englobe les constructions dégradées ou en souffrance, celles qui menacent ruine et celles en souffrance ultime, il touche toutes les régions du Maroc (11.5% du parc logement national soit à peu près 348 000 logements dont 75% dans les bidonvilles, le rural et les villas).

Il est à noter la nécessité d'instaurer une politique de lutte contre ce type d'habitat pour pallier à :

- ✓ L'insuffisance de documents d'information géographique sur les sites à risques,
- ✓ L'insuffisance d'unités destinées aux couches défavorisées,
- ✓ La défaillance dans la mise en place des plans de sauvegarde des médinas,
- ✓ L'absence d'une politique de rénovation urbaine.

L'enquête logement a fait ressortir six degrés d'insalubrités dont le menaçant ruine est classé en premier degré et à pathologies et souffrances multiples notamment les souffrances par rapport:

- ✓ Aux types de dégradation (fissures des murs et poteaux, humidité des murs,…) ;
- ✓ A la qualité des matériaux (simplifications abusives ou maladresses de mise en œuvre),
- ✓ A la protection de la construction (absence de revêtement des façades, d'étanchéité,…) ;
- ✓ A l'entretien de la construction (négligence en cas de location, manque de moyens,…).

B- le phénomène des constructions menaçant ruine est spécifique à chaque tissu :

Les médinas : selon l'enquête logement 2001, 50% des constructions du parc historique sont dégradées et moins de 10% menacent ruine. Et les principales caractéristiques de ces tissus urbains peuvent se résumer en :
Tissu irrégulier, voies étroites et dégradées, problèmes d'assainissement, surélévations, étanchéités et extensions abusives, dégradations sur la maçonnerie qui résiste mal aux efforts de traction et de vieillissement avec l'humidité.

Les nouvelles médinas : ce parc a été produit pendant le protectorat (138 000 logements dont 76% de type maisons marocaines modernes), les utilisateurs de ce type d'habitat n'ont pas de notion d'entretien et les souffrances peuvent se résumer comme suit : carences d'étanchéité et les défauts de plomberie au niveau de l'évacuation des eaux pluviales.

L'habitat clandestin : constitue le foyer préoccupant des constructions menaçant ruine compte tenu des défaillances qui y sont rencontrées à l'instar des terrains accidentés, des infrastructures de base défaillantes, des constructions sans aucune étude technique et la médiocrité des qualités de réalisation.

Synthèse : l'enquête logement fait ressortir des familles organisées par pathologies mais pas forcément disjointes. Une connaissance de la juxtaposition de plusieurs pathologies est nécessaire pour réduire le taux de présence du phénomène.
On ne peut pas penser à des critères de définition d'une construction menaçant ruine dans la mesure où la pathologie est différente d'un quartier à l'autre voire d'une construction à l'autre et les renseignements visuels doivent être complétés par des expertises souvent coûteuses. D'où la nécessité de hiérarchiser les objectifs et avancer au cas par cas pour rendre les chiffres plus fiables, graduer le risque, et arrêter la méthodologie d'approche.

PRATIQUES ET DIFFICULTES :

Les approches des acteurs en présence : en l'absence d'une stratégie globale d'intervention, l'Etat doit démontre la faisabilité de certains cas pour que la population puisse prendre le relais, mais pour que ces cette action puisse être reproductible, il faut :

- ✓ Sensibiliser la population et l'ensemble des acteurs,
- ✓ Instaurer une pédagogie "multidirectionnelle" sur le phénomène,

- ✓ Prévoir les aides nécessaires en moyens techniques et financiers pour assister la population.

Le volet technique : devra englober la gestion du risque, le suivi des désordres, le soutènement de sécurité par une cellule technique et la réparation des désordres et le confortement des structures.
Cependant, les difficultés rencontrées résident en l'absence de profils spécialisés dans le confortement et la réhabilitation, la complexité des travaux et le manque d'expériences, l'absence de capitalisation du savoir pour le bâti traditionnel…
Le volet social : traite du comportement de la population vis-à-vis du phénomène : grande émotion de la population au lendemain d'un sinistre, les décisions d'évacuation sont souvent considérées comme une injustice et un déracinement, et l'incapacité des ménages à appréhender seuls le phénomène (absence d'une assistance technique et des revenus limités).
Le volet financier : concerne les coûts d'intervention élevés, les moyens financiers limités, et l'aide à la population.
Toutefois, certaines difficultés sont à soulever à savoir les moyens colossaux indispensables, le micro crédit n'étant pas encore prêt et la lenteur de passation des marchés qui ralentissent les actions d'urgence.
Le volet juridique : a mis le point sur les textes juridiques en vigueur, et les problèmes rencontrés (chiffres gonflés, absence de jurisprudence dans les tissus anciens et les QHNR, le statut foncier et le statut d'occupation qui constituent des entraves aux interventions).

Conclusion : Nécessité d'une campagne d'information sur le phénomène des constructions menaçant ruine ayant pour principaux objectifs :
- Sensibiliser et responsabiliser toutes les parties concernées,
- Dédramatiser en effaçant les psychoses qui s'installent à la suite de chaque sinistre,
- Expliquer les causes d'instabilité, leur détection, les erreurs à éviter,…

SYNTHESE DU RAPPORT RELATIF A LA DEUXIEME PHASE

ELABORATION DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION

La campagne de sensibilisation tracée par le BET repose sur l'offre de l'Etat en termes de solutions à mettre en place en vue d'éradiquer le phénomène menaçant ruine.

Le discours que l'Etat est tenu de faire devra emporter la conviction des acteurs potentiels au plan local, afin de générer la décision, puis la prise d'initiative, puis finalement l'action voulue est d'apporter les solutions adéquates afin de mettre terme à ce phénomène

<u>Deux objectifs à fixer par le discours de l'Etat:</u>

1. Installer la crédibilité (de l'émetteur puis des solutions proposées)
2. Faire la pédagogie de l'offre

<u>Le schéma générique de l'intervention:</u>

Le niveau National agit sur les cibles locales pour leur faire:

- réclamer le produit (offre de l'Etat)
- consommer le produit selon le bon mode d'emploi

<u>ROLE DE LA COMMUNICATION</u>

Objectifs de la communication :

- Installer l'actualité de la préoccupation gouvernementale et les motivations principales d'un plan national d'intervention donc, crédibiliser l'émetteur de la communication dans sa volonté de réussir,
- Instaurer le rôle de l'Etat comme partenaire,
- Simuler l'initiative locale et faire réclamer l'information (conscientiser et responsabiliser le niveau local),
- Mobiliser les populations concernées, les motiver, les placer devant leur responsabilité, valoriser leurs rôles, les impliquer dans la mise en œuvre des solutions et les associer à la réussite.
- Rendre compte périodiquement de la progression pour assurer, crédibiliser (la suite des actions de l'Etat) et encourager (l'initiative

locale) en administrant la preuve du succès par la tangibilité des preuves.

Comment communiquer ?

Le Plan National est l'échelle incontournable puisqu'elle mobilise les grands médias et elle est la plus impliquante

La communication destinée aux instances locales se fera en deux temps:

1. communication incitative
2. communication à forte contenu informatif (pédagogie de l'offre) et technique

LES CIBLES DE LA COMMUNICATIONS

L'ensemble des citoyens (y compris les populations concernées) constitue une cible essentielle.

La communication Nationale pourra être relayée localement par :

- *D'autres citoyens* (voisions, membres de familles, etc.) qui joueront aussi à leur niveau le rôle de co-prescripteur pour encourager à l'initiative locale
- *Des instances locales*, placées sous la double pression de l'action médiatique et la communication ciblée dont elles feront l'objet.

Les instances locales ont été définies ainsi:

Acteurs principaux:

- Municipalités et Communes locales;
- Autorités locales;
- Services techniques/préfecture ou province;

Autres acteurs:

DRH, DPH, Direction régionale de l'ANHI, ERAC régional, A.U, Inspection de l'Urbanisme, comité provinciale de l'environnement (s'il existe), associations de quartiers (cas échéant),

La communication vers les instances locales se fera en deux temps :

1- une communication incitative portant sur les bonnes pratiques et une grille d'approche technique ;

2- une communication à fort contenu informatif et technique.

- **Les organismes financiers :**

Les organismes bancaires, notamment distributeurs des micro crédit, pour les populations concernées en vue de conforter les structures ou de réparer les désordres dans leurs maisons.

La communication sera directe auprès des décideurs et indirecte auprès des représentants locaux de ces organismes : d'où une communication globale partagée doublée d'une communication spécifique.

- **la population concernée :**

Il s'agit de la population de trois types de quartiers : les tissus anciens, les nouvelles médinas et les QHNR.
Il s'agit là d'une communication globale de crédibilité mais également de proximité (vous êtes les concernés, les impliquer dans la prise de décision…)

STRATEGIE DE LA COMMUNICATION

Le MHU devrait intégrer deux démarches :

1. le curatif qui concernera toutes les constructions existantes en souffrance (menaçant ruine),
2. le préventif qui préviendra les projets de constructions ne répondant pas aux normes générales de sécurité.

Pour atteindre l'objectif escompté de la communication, ces deux démarches sont à mener de pair dans la rigueur et la régularité.

Il est à noter que le phénomène menaçant ruine nous fait réaliser à quel point **le bâti est lié à la vie.**

Eradiquer donc ce phénomène, va nous permettre de préserver la vie à grand nombre de population concernées.

D'où le positionnement de l'action de l'Etat s'exprimera ainsi:

Réhabilitons le bâti …réhabilitons la vie

ANALYSE STRATEGIQUE :

La problématique de communication s'articule autour de trois grandes interrogations :

1- comment convaincre toutes les cibles que l'initiative du MHU est une action durable pour la lutte contre les HMR ?
2- comment inciter les partenaires du MHU à agir conjointement de façon efficace, constante, rigoureuse et engagée ?
3- comment sensibiliser la population sur la nécessité de son intervention dans la lutte contre les HMR (réhabilitation de l'existant et prévention dans les habitations futures).

A souligner également que la prise de conscience est étroitement liée au degré d'importance qu'on donnera au rapport Bâti/Vie, d'où le positionnement suivant :
Réhabilitons le bâti…réhabilitons la vie ou encore agissons tous ensemble sur le bâti…c'est la vie qui gagne

<u>TON DE LA COMMUNICATION :</u>
Il devra être :

Sensibilisateur, conscientisateur, crédible, mobilisateur, rassurant, accrocheur, directif et direct

<u>CONCEPT DE LA COMMUNICATION :</u>
Il devra être créatif et <u>traduire</u> conceptuellement le principe de la <u>forte dualité</u> qu'est le <u>Bâti/Vie</u>
<u>Objectif:</u> humaniser el Bâti au point de l'installer dans une relation de personne à personne avec nos différentes populations cibles.

<u>LA DEMARCHE STRATEGIQUE :</u>
La démarche devra réponde aux deux critères opérationnels de réussite :
1. la prioritisation de la démarche
2. l'objectivité des délais

Elle s'articule autour de 5 grands axes :
1. ***<u>la communication identitaire</u>*** : basée sur une forte identité visuelle par l'utilisation d'un système de couleurs, une appellation et un graphisme pour permettre une identification immédiate et sans ambiguïté ;
2. ***<u>la communication vers els instances locales</u>*** : car les instances locales sont le relais naturel et opérationnel de l'initiative du MHU. Elle doit se faire en amont de la communication vers la population concernée pour pouvoir expliquer et conseiller.
   Les instances locales sont appelées à trois types de participations : gestionnaire et opérationnelle, à caractère technique et à vocation éducative.
   Outils : séminaires d'information, mailing d'information, le n° direct, les guides (de procédures et techniques) et les formations.
3. ***<u>la communication vers le grand public</u>*** : a 6 objectifs : conscientiser, affirmer, crédibiliser l'annonceur, valoriser l'offre, formaliser la promesse, et démontrer (prouver les résultats attendus).
   <u>Outils</u> : Radio, journaux, TV, presse écrite, l'affichage, en plus des outils hors médias (dépliants, courrier porté, Internet)

4. ***la communication vers les organismes financiers :*** ses objectifs sont l'affirmation, la confirmation, l'information, l'implication et l'adhésion.

C'est une communication pour donner des assurances aux organismes financiers sur la nécessité des financements

Outils : réunions one to one (réunions restreintes des hauts responsables), mailings, séminaires, Internet, plaquettes institutionnelles.

5. ***la communication vers la presse et les leaders d'opinion :***

La presse est une cible essentielle à associer dès le départ.
Outils : relation presse (interlocuteur direct), Internet, communiqué, conférence, dossier de presse.
Ses objectifs sont les mêmes que pour le grand public.

Les leaders d'opinion :
Outils : Internet, plaquettes (caractère institutionnel, style graphique moderne et en plusieurs langues) et les séminaires.

Ses objectifs sont les mêmes que les 5 premiers objectifs vers le grand public.

TIMING DU DISPOSITIF D'ACTION :

Hiérarchisation dans l'action en fonction du budget disponible, il est donc plus souple pour le MHU de procéder d'abord par :
Lancement national avec forte médiatisation,
Travail de la communication régionale,
Mise en place des outils de communication de permanence (n° direct et site internet) pour que les cibles puissent suivre la progression de l'action.